

# **DAMPAK KERJASAMA BIDANG PARIWISATA INDONESIA DAN AUSTRALIA TERHADAP EKONOMI KREATIF INDONESIA TAHUN 2010-2014**

Oleh:

Enda Veya

(enda.veya@ymail.com)

Pembimbing: Afrizal, S.IP,M.Si

Jurusan Hubungan Internasional – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl.H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp.Baru Pekanbaru 28293-Telp/Fax.  
0761-63277

## ***Abstract***

*This research describes the impact of tourism cooperation between Indonesia and Australia for Indonesian creative economy on 2010-2014. The magnitude impact of tourism to increase foreign exchange making indonesia increased the tourism cooperation with Australia. Because Australia ranks 3rd for countries with the highest tourists visiting Indonesia.*

*All the data and information obtained from book, journals, articles, internet, and another media. The focus of this research is how the impact of tourism cooperation between Indonesia and Australia to the Indonesian creative economy. This research use liberalism perspective and international cooperation theory.*

*Increased tourist arrivals impacting the Indonesian creative economy sector. The main factor in Indonesian creative economy is based on idea and stock of knowledge from human resource. Indonesia has a full of diversity, home to numerous different ethnic groups, languages and religions. The cultural heritage has so many social and economic values which is could be the capital of creation from creative economic.*

*Key words : International cooperation, Liberalism, Creative economic.*

## **Pendahuluan**

Penelitian ini menjelaskan tentang dampak kerjasama bidang pariwisata antara Indonesia dan Australia terhadap ekonomi kreatif indonesia. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia karena mempunyai peran yang sangat penting. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berdampak terhadap banyak sektor lain di Indonesia salah satunya adalah dalam perekonomian Indonesia, baik

sebagai salah satu sumber penerimaan devisa maupun penciptaan lapangan kerja serta kesempatan berusaha. Pariwisata juga merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi terbesar dalam perolehan devisa negara melalui wisatawan mancanegara. Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan pemerintah untuk memperoleh devisa dari penghasilan non migas. Dampak positif pariwisata lainnya yaitu: meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian dan

pengembangan budaya bangsa, memperluas wawasan nusantara, mendorong perkembangan daerah, mendorong pelestarian lingkungan hidup, memperluas wawasan nusantara dan menumbuhkan rasa cinta tanah air.<sup>1</sup>

Mempertimbangkan prospek sektor pariwisata yang cerah dikemudian hari maka pemerintah Indonesia terus berupaya untuk memupuk dan memperkuat kemitraan dengan Australia yang didasarkan pada prinsip-prinsip saling menghargai dan memahami. Kerjasama yang telah dilakukan di berbagai bidang akan terus ditingkatkan dan kedua pihak juga akan senantiasa mencari terobosan baru dalam membangun kerjasama demi kepentingan bersama rakyat kedua negara.

Kerjasama di bidang pariwisata antara Indonesia dan Australia di mulai saat pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Australia menandatangani Memorandum Saling Pengertian (*Memorandum of Understanding*) tentang Kerjasama dalam bidang pariwisata pada 26 Juni tahun 2001 di Canberra, kemudian pemerintah Indonesia dan Pemerintah Australia menandatangani Perjanjian tentang Kerangka Kerja Sama Keamanan (*Agreement between the Republic of Indonesia and Australia on the Framework for Security Cooperation*) yang didalamnya juga mencakup bidang pariwisata pada 13 November 2006 di Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat. Sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kerjasama Indonesia - Australia di bidang pariwisata, tanggal 2 Mei 2016 Menteri Pariwisata RI, Arief Yahya telah bertemu dengan Menteri Pariwisata Australia Hon. Richard Colbeck guna membahas pengalaman dari masing-masing negara dalam mempromosikan pariwisatanya, kedua Menteri juga

membahas bidang-bidang yang dapat dikerjasamakan antara kedua negara. Salah satunya adalah *joint promotion* untuk meningkatkan wisatawan manca negara.<sup>2</sup>

Pariwisata berkembang menjadi salah satu industri terbesar di dunia, yang ditandai antara lain dengan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan pendapatan yang diperoleh dari wisatawan mancanegara tersebut. Salah satu sektor yang terkena pengaruh pariwisata adalah sektor ekonomi kreatif.

Pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki kaitan erat, salah satunya adalah wisatawan mancanegara khususnya wisatawan asal Australia yang berkunjung ke Indonesia pastinya akan mencari oleh-oleh untuk dibawa pulang kenegaranya. Jika semakin tinggi kunjungan maka akan semakin meningkat permintaan, jika kerjasama dibidang pariwisata antara Indonesia dan Australia terus ditingkatkan maka akan berpengaruh kepada peningkatan kunjungan wisatawan yang selanjutnya akan berdampak kepermintaan akan barang maupun jasa.

Input utama untuk menghasilkan ekonomi kreatif adalah ide dan kemampuan berpikir. Hal ini mendatangkan harapan yang cukup besar bagi pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia disaat perkembangannya sangat berpengaruh bagi perekonomian nasional sebagai sektor penghasil devisa yang potensial dimasa mendatang dengan asumsi bahwa kerjasama antar kedua negara ini akan sangat berdampak ke negara Indonesia khususnya terhadap perkembangan ekonomi kreatifnya.

---

<sup>1</sup> Day Pahlawan P. *Pengaruh Kejasama Pariwisata Indonesia dan Rusia Terhadap Industri Pariwisata Manado*. Vol.1 No.2 – Oktober 2014. Hal 1-2.

---

<sup>2</sup> Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, “Kerjasama Pariwisata Negara Indonesia dan Australia” <<http://kemlu.go.id/id/berita/beritaperwakilan/Pages/Kerjasama%20Pariwisata%20Indonesia%20-%20Australia.aspx>>[diakses tanggal 7 Oktober 2016 Jam 10.45 WIB]

## **Ekonomi Kreatif Indonesia**

Ekonomi Kreatif muncul melalui kebijakan negara. Tetapi bukan berarti kegiatan ekonomi kreatif baru muncul seiring dengan kebijakan pemerintah tersebut. Ekonomi Kreatif telah lama tumbuh dan berkembang di masyarakat, namun secara khusus mendapat perhatian dan pembinaan yang kuat dari pemerintah baru dimulai pada era pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudoyono, ekonomi kreatif merupakan sektor baru yang diangkat oleh pemerintah untuk dikelola hingga tingkat Kementerian. Sebelumnya, sektor ekonomi kreatif belum dikelola secara terkoordinasi ditingkat Kementerian tetapi tersebar di beberapa Kementerian yang terkait. Diangkatnya sektor ekonomi kreatif hingga di tingkat Kementerian oleh pemerintah, disebabkan oleh karena sektor ekonomi kreatif memiliki nilai strategis bagi Indonesia, yaitu:<sup>3</sup>

1. Kontribusi ekonomi yang signifikan
2. Penciptaan iklim bisnis yang positif
3. Mengangkat citra dan identitas bangsa
4. Menggunakan sumber daya terbarukan
5. Mendorong terciptanya inovasi, dan
6. Memberikan dampak sosial yang positif.

Secara kronologis kebijakan ekonomi kreatif dimulai oleh pernyataan Presiden untuk meningkatkan industri kerajinan dan kreativitas bangsa, terselenggaranya Pekan Produk Budaya Indonesia 2007, yang berubah nama menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia 2009, terbitnya Instruksi

Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, hingga Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Menteri-nya, Mari Elka Pangestu. Kemudian lebih lanjut terbitlah pada 2012 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012-2014, di dalam rencana strategis itu telah tersusun dengan detail pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.<sup>4</sup>

Melalui Instruksi Presiden No. 6/2009 yang kemudian diikuti dengan terbitnya Peraturan Presiden No. 92/2011, pemerintah Indonesia telah menunjukkan perhatian dan komitmen untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia. Hal ini ditindak lanjuti dengan penyusunan Rencana pengembangan Ekonomi kreatif 2009-2015 dan Rencana pengembangan 14 Sub sektor Industri kreatif 2009-2015 oleh kementerian perdagangan, serta Rencana Strategis pengembangan Industri kreatif 2012-2014 oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Pengembangan ekonomi kreatif akan difokuskan kepada penguatan pasar domestik dan inisiasi pengembangan pasar luar negeri dengan fokus pengembangan pada 5 aspek pengembangan ekonomi kreatif, meliputi:

- a) Pengembangan sumber daya dan teknologi.
- b) Pengembangan industri kreatif.

---

<sup>3</sup> Rita Herawati, "Himpunan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012", <[http://www.academia.edu/8477442/HIMPUNAN\\_PERATURAN\\_MENTERI\\_PARIWISATA\\_DAN\\_EKONOMI\\_KREATIF\\_TAHUN\\_2012](http://www.academia.edu/8477442/HIMPUNAN_PERATURAN_MENTERI_PARIWISATA_DAN_EKONOMI_KREATIF_TAHUN_2012)> [diakses tanggal 30 Maret 2017 Jam 10.20 WIB]

---

<sup>4</sup> Annisa Ratna Sari, "EKONOMI KREATIF: Konsep, Peluang, dan Cara Memulai" <<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/annisa-ratna-sari-msed/makalah-ppm-kelompok-2014-annisa.pdf>> [diakses tanggal 20 Februari 2017 Jam 10.00 WIB]

- c) Peningkatan akses pembiayaan bagi pelaku kreatif.
- d) Peningkatan akses pasar bagi pelaku kreatif, dan
- e) Penguatan institusi yang terkait dengan ekonomi kreatif.<sup>5</sup>

Dalam melaksanakan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berperan sebagai penggerak utama yaitu sebagai katalisator, advokator, regulator, koordinator, fasilitator, *hub agency*, *public outreach*, dan sekaligus sebagai konsumen, yang akan senantiasa menjaga keseimbangan aspek ekonomi, sosial dan budaya, serta lingkungan.<sup>6</sup>

Hubungan antara ekonomi kreatif dengan industri kreatif dapat dirumuskan sebagai kegiatan ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi.<sup>7</sup> Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu

tersebut.<sup>8</sup> Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2008 merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

### **Peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia**

Ekonomi kreatif adalah transformasi struktur perekonomian dunia dimana terjadi perubahan pertumbuhan ekonomi dari berbasis sumber daya alam menjadi berbasis sumber daya manusia, dari era pertanian menjadi era industri serta informasi. Ekonomi kreatif merupakan sektor unggulan baru yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi.

Modal utama dalam menghadapi tantangan global adalah kreatifitas sehingga bentuk-bentuk ekonomi kreatif harus selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan “pasar”nya sendiri, dan berhasil menyerap tenaga kerja serta pemasukan ekonomis. Indonesia memiliki keberagaman dan kekhasan budaya dari setiap suku bangsa yang tidak terhitung jumlahnya. Warisan budaya kita memiliki nilai sosial dan ekonomi yang bisa menjadi modal penciptaan ekonomi kreatif bagi masyarakat.

Ekonomi kreatif adalah bagaimana modal budaya itu kita tampilkan dengan melalui ekspresi atau di pertunjukkan kedunia luar misalnya seperti tari dengan berbagai varian serta di lengkapi dengan kostumnya dan bisa juga dengan mengadakan festival sehingga akan timbul nilai yang diharapkan dapat memperkenalkan Indonesia kepada negara

<sup>5</sup>Kementerian Pariwisata. “LAKIP EKMDI BIDANG PERENCANAAN 2013”  
<<http://www.kemenpar.go.id/userfiles/LAKIP%202013%20Perencanaan.pdf>> [diakses tanggal 20 Februari 2017 jam 08.30 WIB]

<sup>6</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. “Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012”  
<<http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/LAKIP%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20DAN%20EKONOMI%20KREATIF%202012.pdf>>[diakses tanggal 30 Maret 2017 Jam 08.00 WIB]

<sup>7</sup> Binus University, “Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif”,  
<<http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Pilar-Pilar-Ekonomi-Kreatif.pdf>> [diakses tanggal 25 Februari 2017 Jam 09.30 WIB]

<sup>8</sup> Departemen Perdagangan Republik Indonesia, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 - Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015”<<http://koperindag.karokab.go.id/images/stories/BluePrintEkonomiKreatifIndonesiaBuku1.pdf>> [diakses tanggal 25 Februari 2017 Jam 09.25 WIB]

luar tentang kearifan lokal dan akan timbul apresiasi. Ekonomi kreatif adalah seni budaya, seni tradisi yang ada di masyarakat Indonesia. Kementerian pariwisata mempunyai peranan penting dalam hal ini untuk bekerja sama dengan masyarakat untuk bersama-sama membangun ekonomi kreatif berbasis seni budaya yang terdiri dari seni pertunjukan, musik, kerajinan dan *fashion*.

Dalam konteks globalisasi, daya saing merupakan kunci utama untuk bisa sukses dan bertahan. Daya saing ini muncul tidak hanya dalam bentuk produk dalam jumlah banyak namun juga berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui penciptaan produk-produk inovatif yang berbeda dari wilayah lainnya. Diperlukan kreativitas yang tinggi untuk dapat menciptakan produk-produk inovatif. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang.<sup>9</sup>

Ekonomi kreatif membawa banyak hasil positif, antara lain berupa berkurangnya angka pengangguran karena terjadinya penyerapan tenaga kerja, penambahan pendapatan daerah, hingga membawa Negara dikenal oleh dunia internasional karena produk kreatif yang dihasilkan dengan hal tersebut ekonomi kreatif dapat terkoneksi dengan berbagai sektor, diantaranya adalah sektor wisata.

Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik.<sup>10</sup> Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*.<sup>11</sup> *Something to see* terkait dengan atraksi

di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktifitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah. Namun sekarang ekonomi kreatif tidak hanya masuk melalui *something to buy* tetap juga mulai merambah *something to see* dan *something to do* melalui paket-paket wisata yang menawarkan pengalaman langsung dan interaksi dengan kebudayaan lokal.

### **Kunjungan Wisatawan Australia ke Indonesia**

Indonesia merupakan sebuah negara yang sangat kaya akan sumber daya alam dan budaya, selain itu Indonesia terdiri dari 485 etnis yang beragam dengan lebih dari 300 bahasa. Hal tersebut menjadi salah satu faktor Indonesia menjadi salah satu destinasi yang menarik bagi wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki daya saing cukup tinggi, itu sebabnya Indonesia memiliki rata-rata pertumbuhan wisatawan mancanegara (wisman) yang baik.

Menurut Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2011 rata-rata pertumbuhan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia mencapai angka 4,39% dibandingkan pergerakan rata-rata pertumbuhan wisatawan mancanegara (wisman) dunia yang mencapai 3,47%. Sektor pariwisata berperan sebagai salah satu sektor yang angka pertumbuhannya cukup signifikan, terutama terlihat dalam mendatangkan wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dilihat pada data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2010-2014 berikut:

<sup>9</sup>Duygu Salman, *Rethinking of Cities, Culture and Tourism within a Creative Perspective*. PASOS, Vol. 8(3). Special Issue 2010.

<sup>10</sup>Ooi, Can-Seng (2006). "Tourism and the Creative Economy in Singapore"

<sup>11</sup>Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: Angkasa, 1985)



Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara (Juta)
2010	7.0
2011	7.6
2012	8.0
2013	8.8
2014	9.44

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2014

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan Australia ke Indonesia, jumlah kunjungan terus meningkat dari tahun ke tahun. Selama tahun 2010 hingga 2014, jumlah wisatawan Australia yang berkunjung ke Indonesia dapat dilihat ditabel berikut :

NEGARA	TAHUN	JUMLAH KUNJUNGAN (wisman)
AUSTRALIA	2010	771.792
	2011	931.109
	2012	961.595
	2013	997.984
	2014	1.128.533

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) & Kementerian Pariwisata

Dari tabel diatas nampak bahwa jumlah kunjungan wisatawan Australia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, sejalan dengan upaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang berperan sebagai lembaga pemerintahan mewakili negara Indonesia dalam bidang kepariwisataan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas

menyelenggarakan urusan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pemerintahan untuk membantu presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.

#### **Pengeluaran Wisatawan Australia Per-kunjungan**

Meningkatnya devisa dan pengeluaran wisatawan di Indonesia ditandai oleh semakin beragamnya daya tarik wisata yang ditawarkan. Selain itu, semakin banyaknya jumlah wisatawan mancanegara khususnya wisatawan asal Australia yang melakukan perjalanan wisata di Indonesia maka akan semakin menambah nilai devisa dari sektor pariwisata. Jumlah penerimaan devisa dipengaruhi oleh jumlah serta pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia. Dalam mengembangkan kepariwisataan nasional, peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia diupayakan sejalan dengan peningkatan jumlah pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia, sehingga penerimaan devisa negara dari kegiatan kepariwisataan pun meningkat. Berikut merupakan rata-rata pengeluaran wisatawan Australia di Indonesia :

Tahun	Rata-Rata Pengeluaran Wisatawan Australia(US\$)	
	Per Hari	Per Kunjungan
2010	143,76	1.518,38
2011	170,42	1.613,24
2012	163,16	1.510,31
2013	153,28	1.473,86
2014	175,87	1.597,52

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) & Kementerian Pariwisata

Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan Australia yang berkunjung ke Indonesia, jumlah devisa pada tahun 2014 menunjukkan perkembangan yang positif karena mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya, seperti terlihat dalam tabel dibawah ini:

Tahun	Penerimaan Devisa	
	Jumlah (juta USD)	Pertumbuhan (%)
2010	7,603.45	20.73
2011	8,554.39	12.51
2012	9,120.85	6.62
2013	10,054.15	10.23
2014	11,166.13	11.06

Sumber : Kementerian Pariwisata 2014

Hal ini dapat mengindikasikan bahwa kunjungan dan pengeluaran wisatawan mancanegara khususnya wisatawan asal Australia di Indonesia semakin tinggi dan meningkat dari tahun 2011 hingga tahun 2014, yang perkembangannya sangat berpengaruh terhadap peningkatan devisa Negara Indonesia karena Australia termasuk kedalam 3 besar Negara dengan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi ke Indonesia.

### **Pengaruh Pariwisata Terhadap Ekonomi Kreatif**

1. Meningkatnya kualitas dan kuantitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif. Tenaga kerja sektor ekonomi kreatif adalah pekerja di industri kreatif, yaitu penduduk usia produktif yang sudah bekerja di industri kreatif. Kuantitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif dapat diukur dengan indikator tingkat partisipasi tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif, yaitu rasio jumlah

pekerja di kelompok industri kreatif terhadap jumlah pekerja di seluruh industri di Indonesia. Angka ini akan semakin memperkuat indikasi apakah industri kreatif memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia. Kualitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif dapat diukur melalui indikator pertumbuhan produktivitas tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif, yaitu pertumbuhan rata-rata pendapatan perkapita tenaga kerja di industri kreatif. Semakin tinggi pertumbuhannya, maka produktivitas pekerja kreatif semakin meningkat yang menunjukkan bahwa pendapatan pekerja kreatif semakin baik pula.

Pasar tenaga kerja dari tahun ke tahun mengalami kemajuan, perkembangan kemajuan ini membawa perubahan yang positif bagi perekonomian nasional. Berdasarkan data dari BPS bahwa untuk indikator tingkat partisipasi tenaga kerja berhasil mencapai target yang telah ditentukan, bahkan berhasil melampaui target. Sektor Ekonomi Kreatif pada tahun 2014 mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 12,3 juta atau 10,73% dari total penyerapan tenaga kerja sektor industri nasional. Penyerapan tenaga kerja ekonomi kreatif didominasi oleh kelompok industri kuliner, *fashion*, dan kerajinan. Untuk pertumbuhan produktivitas tenaga kerja di sektor Ekonomi Kreatif tumbuh sebesar 7,28% pada tahun 2014. Jika di lihat dari industri kreatif lainnya, pertumbuhan tenaga kerja yang cukup besar dari sektor film, video dan fotografi. Sedangkan untuk pencapaian pada tahun 2013, indikator tingkat partisipasi dan produktivitas tenaga kerja sebesar 6,34%. Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif berdampak cukup baik terhadap penciptaan partisipasi tenaga kerja pada masyarakat Indonesia. Menurut penghitungan BPS jumlah tenaga kerja sektor Industri Kreatif mempunyai kontribusi sebesar 10,73% dari total tenaga kerja di Indonesia. Angka ini

merupakan angka penyerapan tenaga kerja yang cukup besar sehingga menempatkan sektor Industri Kreatif sebagai sektor yang menyerap tenaga kerja terbanyak keempat setelah Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan (32,78%), Perdagangan, Hotel, dan Restoran (16,03%), dan Jasa-jasa (14,61%).

## 2. Meningkatnya Unit Usaha Sektor Ekonomi Kreatif.

Sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada para konsumennya. Keunggulan-keunggulan sektor Industri tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan.

Jumlah usaha yang bergerak di sektor Industri Kreatif dari tahun 2011 hingga 2014 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2014, jumlah usaha sektor Industri Kreatif ini adalah sebanyak 5,4 juta unit. Jumlah usaha ini merupakan yang terbanyak ketiga setelah Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan (26,1 juta unit) serta Perdagangan, Hotel, dan Restoran (10,3 juta unit).

Jumlah usaha Industri Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek pada tahun 2014 adalah sebanyak 1,24 juta unit. Jumlah usaha yang paling banyak dan menonjol dalam Industri Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek adalah kelompok industri *fashion*, dengan jumlah usaha sebanyak 1,12 juta unit pada tahun 2014.

Jumlah usaha sektor Industri Kreatif mencapai sekitar 10,59 persen dari total jumlah usaha di Indonesia. Persentase ini relatif stagnan selama tahun 2011 hingga 2014, namun menempati posisi yang cukup baik karena kontribusi jumlah usaha sektor Industri Kreatif merupakan yang terbesar ketiga setelah sektor Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan serta sektor

Perdagangan, Hotel, dan Restoran. Hal ini mengindikasikan bahwa cukup banyak usaha yang bergerak di sektor Industri Kreatif. Jumlah usaha Industri Kreatif Berbasis Seni dan Budaya paling banyak terdapat pada kelompok kuliner dan kerajinan. Dominasi jumlah usaha kelompok industri kuliner dan kerajinan ini sejalan dengan penciptaan Nilai Tambah Bruto (NTB) dan penyerapan tenaga kerjanya. Kedua kelompok industri ini memiliki jumlah usaha dengan persentase masing-masing sebesar 56,07 persen dan 19,80 persen dari total jumlah usaha Industri Kreatif di Indonesia. Kelompok industri lainnya, yaitu Pasar Barang Seni, Film, Video, dan Fotografi, Musik, serta Seni Pertunjukan masing-masing hanya mampu memberikan kontribusi jumlah usaha sebesar 0,10 persen, 0,56 persen, 0,30 persen, dan 0,46 persen.<sup>12</sup>

Jumlah usaha Industri Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek memiliki kontribusi terhadap jumlah usaha industri kreatif di Indonesia sebesar 22,71 persen pada tahun 2014, dan selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah usaha Industri Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek paling banyak terdapat pada kelompok industri *fashion*. Kelompok industri ini memiliki jumlah usaha dengan persentase sebesar 20,47 persen dari total jumlah usaha Industri Kreatif di Indonesia. Relatif besarnya jumlah usaha sektor Industri Kreatif di Indonesia didukung oleh pertumbuhan usaha yang cukup baik. Meskipun pertumbuhannya tidak sebesar pertumbuhan usaha sektor Jasa-jasa maupun sektor pengangkutan dan komunikasi, pertumbuhan usaha sektor Industri Kreatif lebih stabil dibandingkan sektor lainnya.

---

<sup>12</sup> Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2014, *op.cit.* Hal 123-125.



Pada tahun 2012, jumlah usaha sektor Industri Kreatif tumbuh sebesar 1,25 persen. Sedangkan pada tahun 2013 dan 2014, jumlah usaha sektor Industri Kreatif tumbuh masing-masing sebesar 0,41 persen dan 0,98 persen. Jumlah usaha Industri Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek tumbuh sebesar 1,13 persen pada tahun 2014. Jika diamati lebih rinci menurut kelompok industri kreatifnya, keseluruhan kelompok industri ini mengalami pertumbuhan usaha yang positif sepanjang tahun 2012-2014. Kelompok industri riset dan pengembangan merupakan kelompok industri yang selalu memiliki pertumbuhan usaha tertinggi. Kelompok industri televisi dan radio mengalami percepatan yang paling besar pada tahun 2014.<sup>13</sup>

Berdasarkan data dapat dilihat bahwa terjadi perkembangan terhadap jumlah usaha ekonomi kreatif, hal ini berarti kerjasama yang dilakukan pemerintah dengan beberapa Negara khususnya Negara Australia dalam bidang pariwisata yang berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia berdampak dengan perkembangan sektor ekonomi kreatif Indonesia, karena semakin tinggi kunjungan wisatawan akan dapat membangkitkan semangat para pelaku ekonomi kreatif untuk bangkit dan meningkatkan daya saingnya di bidang industri.

### **Penutup**

Kerjasama dalam bidang pariwisata antara Indonesia dan Australia berpengaruh kepada hubungan bilateral antara kedua negara dan berpengaruh kepada tingkat kunjungan wisatawan Australia ke Indonesia yang memberi dampak terhadap ekonomi kreatif Indonesia, karena kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan

menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Selama berwisata, wisatawan akan berbelanja, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan pasar barang dan jasa. ekonomi kreatif yang berhubungan langsung dengan wisatawan mancanegara adalah subsektor kerajinan, kuliner dan *Fashion*. Ekonomi kreatif memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia.

Selain pencipta nilai tambah, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif menyerap banyak tenaga kerja dan juga merupakan pencipta devisa yang tinggi. Tahun 2014 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar US\$ 11,01 miliar meningkat 9,47% dibandingkan tahun 2013. Peningkatan penerimaan devisa di tahun 2014 tidak saja bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara khususnya wisatawan asal Australia, tetapi juga bersumber dari peningkatan rata-rata pengeluaran perkunjungan wisatawan selama di Indonesia. Dengan kata lain, peningkatan kuantitas devisa kepariwisataan diikuti dengan peningkatan kualitas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Jurnal**

- Ooi, Can-Seng. 2006. "Tourism and the Creative Economy in Singapore", Department of International Economics and Management Copenhagen Business School.
- Putra, DP. 2014. "Pengaruh Kejasama Pariwisata Indonesia dan Rusia Terhadap Industri Pariwisata Manado". Jurnal Online Mahasiswa. 1(2), 1-5.
- Salman, Duygu. 2010. "Rethinking of Cities, Culture and Tourism within a

---

<sup>13</sup> Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2014, *op.cit*. Hal 126.

### Buku

- Holsti, K.J. 1988. *Politik Internasional, Kerangka Untuk Analisis , Jilid II*, Terjemahan M. Tahrir Azhari. Jakarta: Erlangga.
- Kartasasmita, Koesnadi. 1977. *Administrasi Internasional*, Bandung: Lembaga Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi.
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

### Internet

- Annisa Ratna Sari. (2014). EKONOMI KREATIF : Konsep, Peluang, dan Cara Memulai. (Online). Tersedia: <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/annisa-ratna-sari-msed/makalah-ppm-kelompok-2014-annisa.pdf> [20 Februari 2017]
- Badan Ekonomi Kreatif. (2016). Membangun Komitmen Untuk Sektor Ekonomi Kreatif. (Online). Tersedia: <http://www.bekraf.go.id/berita/page/10/membangun-komitmen-untuk-sektor-ekonomi-kreatif> [25 Februari 2017]
- Binus University. (2012). Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif. (Online). Tersedia: <http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Pilar-Pilar-Ekonomi-Kreatif.pdf> [25 Februari 2017]
- Basis Data Perjanjian Internasional. (2013). Tersimpan di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (Online). Tersedia: [Treaty.kemlu.go.id](http://Treaty.kemlu.go.id) [03 September 2016].
- Diah Ayu VN. (2015). Perspektif Liberalisme dalam Teori Hubungan Internasional. (Online). Tersedia:

- Kementerian Pariwisata. (2014). SIARAN PERS: Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Berhasil Pertahankan Pertumbuhan Tinggi. (Online). Tersedia: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detail.asp?c=16&id=2729> [30 Januari 2017]
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2014). Kerjasama pariwisata negara Indonesia dan Australia. (Online). Tersedia: <http://kemlu.go.id/id/berita/beritaperwakilan/Pages/Kerjasama%20Pariwisata%20Indonesia%20-%20Australia.aspx> [7 Oktober 2016]

### Dokumen

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2013). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2013. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2014). Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2014. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2015). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2015. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.